

Encartes
ISSN 2594-2999, Bajo licencia Creative Commons
encartesantropologicos@ciesas.edu.mx



Hirai, Shinji; Ramos Rangel, Raquel
Paisajes sonoros de la migración. Música, emociones y consumo en los circuitos migratorios Texas-noreste de México
Encartes, vol. 4, núm 8, septiembre 2021-febrero 2022, pp. 38-65
Enlace: https://encartes.mx/hirai-ramos-paisajes-sonoros-migracion-texas-mexico
DOI: https://doi.org/10.29340/en.v4n8.172




Este artículo contiene información multimedia, te invitamos a consultarlo en la versión digital.



TEMÁTICAS

PAISAJES SONOROS DE LA MIGRACIÓN. MÚSICA, EMOCIONES Y CONSUMO EN LOS CIRCUITOS MIGRATORIOS TEXAS-NORESTE DE MÉXICO[1]

MIGRATION SOUNDSCAPES. MUSIC, EMOTIONS AND CONSUMPTION IN THE TEXAS-NORTHEASTERN MEXICO MIGRATION CIRCUITS

Shinji Hirai*
Raquel Ramos Rangel**

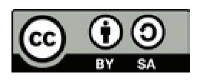
Resumen: Este trabajo explora el papel de la música y las emociones en la construcción de los vínculos transnacionales, a partir de dos viñetas etnográficas relacionadas con la nostalgia. Por un lado, esta emoción prevalece en la vida cotidiana de los migrantes mexicanos en Houston, a través de sus diversas prácticas, detrás de las cuales la música popular de México está presente junto con las imágenes del terruño. Por otro lado, en el contexto de la visita de los migrantes y sus familias a los lugares de origen en el noreste de México, la música popular se escucha para expresar su nostalgia e inducir una actitud nostálgica en los espacios de reencuentro familiar y social, creando un paisaje sonoro distinto de la temporada de la ausencia de los migrantes.

Palabras claves: música popular, nostalgia, consumo, transnacionalismo, paisaje sonoro.

[1] Este trabajo fue elaborado con base en las discusiones y reflexiones surgidas en los seminarios de los siguientes dos proyectos: el proyecto "Economías de la música popular en el noreste y sur de Texas", coordinado por José Juan Olvera, financiado por el Programa de Ciencia Básica del CONACYT, y el proyecto "La nostalgia en la ciudad neoliberal", coordinado por Clément Colin, financiado por el Programa de Cooperación Internacional de CONICYT/FONDECYT Iniciación n°11180372 de la convocatoria 2017.

* Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social Occidente.
** Universidad Pedagógica Nacional, Unidad 19B, Guadalupe (Nuevo León).

ISSN 2594-2999, Bajo licencia Creative Commons
Encartes 8 • septiembre 2021-febrero 2022, pp. 38-65
Recepción: 29 de abril de 2020 • Aceptación: 17 de agosto de 2020
https://encartes.mx



MIGRATION SOUNDSCAPES. MUSIC, EMOTIONS AND CONSUMPTION IN THE TEXAS-NORTHEASTERN MEXICO MIGRATION CIRCUITS

Abstract: Our work explores the role played by the music and emotions in the constructions of transnational bonds, from two ethnographical vignettes related to nostalgia. On the one hand, this emotion prevails in the everyday lives of Mexican migrants in Houston, through their practices, behind which Mexican popular music is present, along with images of the homelands. On the other hand, in the context of the visits of migrants and their families to their places of origin in northeastern Mexico, they listen to popular music to express their nostalgia and induce a nostalgic attitude in spaces of family and social reunion, creating a different soundscape to the one found in the time of absence of migrants.

Keywords: popular music, nostalgia, consumption, transnationalism, soundscape.

INTRODUCCIÓN

Escuchar la música popular de diversos géneros en español es una de las prácticas culturales que han sido difundidas entre los migrantes mexicanos en Estados Unidos para mantener vínculos simbólicos y emocionales con México y con sus terruños. La música que escuchaban en el país de origen no sólo acompaña a los migrantes en diferentes actividades de la vida cotidiana en el país de destino, sino que también es un elemento sustancial que forma parte del paisaje cultural de las comunidades de origen en México cuando éstas reciben la visita de numerosos migrantes y sus familias en períodos vacacionales. Una emoción dominante y persistente que viven los migrantes al escuchar la música popular de México tanto en los lugares de destino como los lugares de origen, es la nostalgia.

Esta emoción fue estudiada con profundidad desde la perspectiva transnacional (Glick-Schiller, Basch y Blanc-Szanton, 1992) por Hirai (2009), quien exploró la construcción, la representación y el impacto de la nostalgia en torno la migración de Jalisco hacia California. Este autor señaló la ubicuidad de las imágenes del terruño en la vida cotidiana en el país de destino y diversas prácticas que contribuyen a la construcción de los vínculos transnacionales. Al proponer la idea de *economía política de la nostalgia*, Hirai demuestra que la nostalgia surge no sólo como una emoción que se construye a partir de la distancia espacial y temporal y el contraste sociocultural que viven los migrantes, sino como una emoción inducida por diversos actores e instituciones que utilizan los símbolos del



terruño y enuncian la nostalgia como un discurso. Sin embargo, Hirai se enfocó principalmente en las "imágenes" del terruño y en lo visual de la construcción de vínculos transnacionales y no profundizó la dimensión sonora de la economía política de la nostalgia, a pesar de que la música popular mexicana es un tipo de símbolo del terruño que acompaña diversas prácticas de los migrantes de recordar, imaginar y sentir el terruño y está incrustado en su vida cotidiana en el país de destino.

Este artículo explora el papel que desempeñan la música y las emociones en la construcción de los vínculos transnacionales y busca revisar el nexo entre los procesos económicos y las emociones desde el plano musical. El análisis del consumo de la música popular nos permite entender mejor cómo se construye el *paisaje sonoro* (Schafer, 1977)[2] tanto en los lugares de destino como en los lugares de origen, y cómo es que dentro de ellos, la música, los sonidos y los silencios se vinculan con las emociones y con las prácticas de los migrantes.

En el siguiente apartado, después de hacer un breve recuento de algunas investigaciones sobre las dimensiones simbólica, subjetiva y económica de la construcción de los vínculos transnacionales en torno de la migración mexicana a Estados Unidos, se presentará un abordaje integral de los paisajes sonoros desde el enfoque en la relación tripartita de música-emoción-prácticas. Posteriormente se presentarán dos viñetas etnográficas sobre el lugar que ocupa la música en la construcción de los vínculos transnacionales. En la primera viñeta se describen varios escenarios donde se observa la ubicuidad de las imágenes del terruño en Houston, Texas, uno de los destinos migratorios de los mexicanos provenientes del noreste de México. La música del terruño es uno de los símbolos que están incrustados en el paisaje urbano y evocan la nostalgia, emoción que sustenta las diversas prácticas socioculturales de los migrantes en el lugar de destino. La visita de regreso de los migrantes y sus familias a sus pueblos de origen es una práctica espacial que se da de forma masiva, sustentada por la nostalgia. En la segunda viñeta se presentará el paisaje sonoro que surge en la temporada festiva de la comunidad de origen en Los Ramones, Nuevo

[2] Entendemos paisaje sonoro como un concepto que permite revelar las condiciones y las características de una sociedad a través de describir un campo constituido por un conjunto de sonidos de un lugar específico así como la conexión e interacción de los sonidos con una lógica específica con el entorno social donde se producen (Schafer, 1977).

León. La nostalgia está presente en las fiestas locales como una forma narrativa dominante sobre la vida migratoria y como la base del deseo adquisitivo de los migrantes que consumen durante su estancia una serie de símbolos del terruño, uno de los cuales es la música popular. En el último apartado, retomando las discusiones en las dos viñetas etnográficas, se presentarán algunas reflexiones finales.

Transnacionalismo y nexo entre música, emociones y economía

En las últimas tres décadas numerosas publicaciones académicas sobre la migración internacional han documentado diversos casos del *transnacionalismo*, es decir, "procesos por los cuales los inmigrantes construyen los campos sociales que vinculan los países receptores con los países de origen" (Glick-Schiller, Basch y Blanc Szanton, 1992: 1). Una de las investigaciones pioneras de este campo de estudio fue la que realizó Rouse (1991), quien propuso, a través del caso de la migración de Michoacán a California, el concepto de *circuitos migratorios transnacionales* para referirse a una sola comunidad dispersa y extendida en ambos lados de la frontera, la cual se constituye de múltiples vínculos entre el lugar de destino y el lugar de origen a través de la circulación continua de personas, bienes e información.

En cuanto a la dimensión simbólica del transnacionalismo, Boruchoff (1999) analiza la circulación de objetos entre Guerrero y Chicago como una afluencia de signos que representan personas y lugares geográficamente distantes. Propone el concepto de *objetos culturales* para plantear la posesión de los objetos procedentes del otro lado de la frontera como una práctica que busca la presencia de los ausentes por medio de los símbolos, así como la capacidad de los migrantes y los habitantes de los lugares de origen de imaginar un territorio extendido más allá de los límites nacionales.

La investigación etnográfica que realizó Hirai (2009) en Jalostotitlán, Jalisco, y California profundiza el análisis de la dimensión simbólica de la construcción de las conexiones transnacionales y la materialización de los imaginarios del terruño a partir del enfoque en la nostalgia, una emoción dominante y persistente en la vida de los migrantes. Para Hirai (2009), la nostalgia es una emoción que se expresa y se estimula a través de las imágenes del terruño que se producen y circulan entre el país de destino y el país de origen; no sólo se construye con base en la experiencia de sepa-



ración temporal-espacial y el contraste sociocultural entre la sociedad de origen y la sociedad de destino, sino también a través de la intervención de los diversos actores e instituciones que rodean a los migrantes. Además, la nostalgia tiene una "fuerza cultural" (Rosaldo, 1989) que detonan las diversas actividades sociales, culturales y espaciales de los migrantes. Con base en este planteamiento teórico sobre la nostalgia y los procesos transnacionales, Hirai (2014) documentó el caso de la movilidad de regreso de los migrantes mexicanos y mexicoamericanos originarios de Los Ramones, Nuevo León. En el norte de ese municipio, la visita de regreso de los migrantes mexicanos y sus familias se ha convertido en un fenómeno masivo en invierno. Para reintegrar a la sociedad local a esa población que viene para pasar sus vacaciones se celebran las fiestas locales. En este contexto, la nostalgia ha sido utilizada como un discurso para promover la visita al pueblo de origen y las festividades del lugar.

Retomando esta línea de investigación, Ramos (2016) también hizo trabajo de campo en Los Ramones y exploró las funciones de la música en la comunidad de origen y la expresión de la nostalgia en torno a la música popular en el contexto de la visita de regreso de la población mexicana residente en Estados Unidos. Una de las aportaciones importantes de su trabajo a los estudios de la migración desde la óptica transnacional es construir una mirada analítica que combina la perspectiva de la antropología de las emociones[3] con la perspectiva de los estudios antropológicos y sociológicos de la música. Ramos (2016) describe el contexto socioespacial, las actividades económicas, festividades, socialización y cohesión de la comunidad de origen a partir de los paisajes sonoros y enfatiza la importancia de la escucha y percepción de los sonidos y silencios del terruño.

Aquí quisiéramos recuperar el trabajo de Pistrick, quien investigó el caso de los migrantes del sur de Albania y propuso la idea de las "canciones de la migración", un género musical cuyos repertorios tienen que ver con las emociones que surgen al migrar al extranjero, tales como la nostalgia, el dolor y el anhelo por la tierra natal. Este autor argumenta que la nostalgia no sólo se construye y expresa a partir de la distancia espacial, la temporal y el contraste sociocultural entre el país de origen y el país de destino, sino también a partir de otros sentidos como el oído, y plantea la *nostalgia sónica* como algo inherente a los repertorios de la mayoría de las

[3] En cuanto a la antropología de las emociones, véase Lutz y White (1986).

canciones de la migración, como una emoción en la que se basa tanto la creación como la interpretación de las canciones de la migración (Pistrick, 2016: 12).

Para establecer el nexo entre música y emoción en nuestro marco conceptual, siguiendo las miradas analíticas que propusieron Ramos (2016) y Pistrick (2016), en este artículo destacamos los siguientes enfoques de la antropología de las emociones y de los estudios de la música. Desde la aproximación constructivista a las emociones (Lutz y White, 1986), en primer lugar, las emociones se entienden como lenguaje, por lo tanto, como un acto comunicativo (Lutz y Abu-Lughod, 1990: 1-23; Luzt y White, 1986: 424); en segundo lugar, las emociones tienen efectos y funcionan como motores de las acciones y como un impulso o una fuerza que orienta a los individuos hacia ciertas ideas y acciones (Hirai, 2009; 2014; Rosaldo, 1989).

Estos dos enfoques de la antropología de las emociones se complementan con los siguientes enfoques propuestos en los estudios antropológicos y sociológicos de la música. La música tiene capacidad de transmitir un rango amplio de emociones a la audiencia, incluyendo las emociones básicas así como emociones más complejas como la nostalgia (Corrigal y Schellenberg, 2013: 316). En este sentido, la música se entiende como "lenguaje de emociones" (Corrigal y Schellenberg, 2013) y tiene una función catártica o de descarga de las emociones vividas. Asimismo, la música conmueve a su audiencia y le evoca las emociones, por lo tanto, tiene efecto e impacto en ellas. Además de éstas, la música puede evocar ciertos recuerdos e influye en la formación de memorias, dado que las emociones evocadas por la música fortalecen las memorias (Jäncke, 2008). Debido a esta capacidad de evocar las emociones, la música ha sido utilizada como "instrumento emocional" en diversas formas en nuestra vida cotidiana (Frith, 2003: 100).

Para explorar la dimensión económica de los circuitos migratorios (Rouse, 1991), por donde circulan personas y objetos culturales (Boruchoff, 1999), y que se traspasan con los vínculos afectivos (Hirai, 2009), recuperamos la idea de los siguientes dos escenarios del consumo cultural ligado a la manifestación de la nostalgia. Mendoza y Santamaría (2008) consideran que el desarrollo del mercado de productos y servicios destinados a consumidores hispanos en Estados Unidos tiene que ver con el hecho de que la nostalgia es la base del deseo adquisitivo de los consumidores migrantes. Proponen la idea de "mercado de la nostalgia" para



referirse a este tipo de mercado de consumidores migrantes. Por su parte, Mines y Nichols (2005) señalan la importancia del consumo que hacen los migrantes y sus familias en sus visitas de regreso a México y argumentan que en las comunidades de origen en México existen los "mercados de paisano", donde estos visitantes se convierten en consumidores potenciales de artículos de suvenires, productos típicos de las regiones de origen y diversos servicios locales durante su estancia.

Gráfica 1

Marco conceptual para explorar los nexos entre música, emociones y prácticas

- En el mercado de la nostalgia, la música que se consume y se escucha en el lugar de destino.
- En el mercado de paisano, la música que se consume y se escuhca en el lugar de origen.

Música

- La música expresa las emociones del migrante.
- La música evoca emociones y memorias.





- Varias prácticas socioculturales de los migrantes están acompañadas por la música.
- Las prácticas generan sonidos que hacen recordar al migrante su terruño.
- La emoción del migrante se expresa a través de la música en sus prácticas.

- Nostalgia.



Emoción



Prácticas

- Consumo de los símbolos del terruño y la música del terruño en el lugar de destino.
- Visita de regreso de los migrantes.
- Fiestas en el lugar de origen.

- La nostalgia orienta a los migrantes hacia ciertas acciones (prácticas).
- Las prácticas construyen y refuerzan las emociones colectivas.

Con base en este planeamiento teórico (gráfica 1), a continuación presentaremos dos viñetas etnográficas donde se observan el nexo entre música, emociones y prácticas de los migrantes ligadas con el consumo de los símbolos del terruño. Primero, vamos a mostrar las características generales del mercado de la nostalgia en Houston, donde están incrustados en el paisaje urbano los diversos signos del terruño, uno de los cuales es la música popular de México que acompaña distintas prácticas de los migrantes. Posteriormente presentaremos el caso de Los Ramones, uno de los lugares de origen de los que forman parte de la comunidad mexicana en Houston, para mostrar el papel de la música en el mercado de paisanos



y en la expresión colectiva de las emociones en el contexto festivo del lugar de origen.

El material etnográfico presentado en la primera viñeta fue recolectado por Hirai durante el trabajo de campo realizado en Houston en 2012, con la excepción de actualizar algunos datos a través de la información secundaria. La segunda viñeta fue elaborada con base en los resultados de la investigación etnográfica realizada por Ramos entre 2014 y 2016 en Los Ramones.

Cabe destacar que la música norteña[4] es un género de música popular mexicana sumamente importante para entender la conexión cultural entre Texas y el noreste mexicano. Varios trabajos académicos han señalado la relevancia de la dimensión económica y el carácter transnacional de la construcción histórica de la música norteña, su estrecho vínculo con la migración mexicana a Estados Unidos (Díaz, 2015; Montoya, 2014a y 2014b; Ragland, 2009) y su importante papel en la formación de los espacios sociales e identitarios de la población de origen mexicano, no delimitados por las fronteras políticas y geográficas de dos naciones (Díaz, 2015; Madrid, 2011; Ragland, 2009). Este artículo también tiene el propósito de contribuir a esas discusiones en torno a la música norteña y la región cultural transfronteriza a partir del enfoque en el nexo entre música, emoción y prácticas de los migrantes.

La ubicuidad de los símbolos del terruño y la música de fondo en Houston

A pesar de que el noreste mexicano se separó de Texas en la primera mitad del siglo XIX, varias investigaciones sociológicas y antropológicas han demostrado fuertes vínculos socioculturales y económicos que la región noreste ha mantenido con Texas de diversas maneras, entre las cuales se destacan los flujos migratorios (Hernández-León, 1999), otras movilidades transfronterizas, el comercio informal y la circulación de bienes (Sandoval,

[4] La música del conjunto norteño que usa el acordeón y el bajo sexto y se canta en español. En la mediateca del INAH se puede consultar, desde las siguientes ligas, cerca de 50 canciones que fueron seleccionadas para acompañar los textos de dos tomos del libro en la serie Testimonio Musical de México (Montoya, 2013): https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/disco:55 y http://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/disco%3A56, consultados el 4 de junio de 2021.



2012), los medios de comunicación y las industrias culturales que tuvieron un papel importante en la difusión de la música norteña y la construcción del gusto por este género musical (Olvera, 2014). Olvera argumenta que el noreste mexicano y el sur de Texas forman "un conjunto de circuitos de distribución e intercambio entre diferentes comunidades, poblados y ciudades" (2014: 4).

La conectividad con el noreste mexicano es un aspecto relevante que se observa tanto en la historia de Houston como en su actualidad. Houston es una de las tres grandes ciudades que tiene una enorme población de origen mexicano.[5] Tiene 2 569 769 "hispanos" (37.6% de la población total), de los cuales la población de origen mexicano es el 73.5% (BBC, 2019). Una de las zonas donde se concentra la población mexicana es Magnolia Park, una de las primeras colonias dentro de la zona llamada Second Ward, habitada por los mexicoamericanos que se convirtieron en ciudadanos estadounidenses cuando Texas fue anexado a Estados Unidos (Esparza, 2012). En esta zona, los mexicoamericanos trabajaban en varias industrias que surgieron sobre el Houston Ship Channel. Desde principios del siglo XX, Second Ward vivió el proceso de mexicanización de los espacios urbanos (Trapaga, 2019: 31). Our Lady of Guadalupe Church fue construida en 1911 en la zona. Asimismo, en 1907 se abrió Rusk Settlement House and School que ofrecía a mexicoamericanos comida, refugio y servicio de educación preescolar (Esparza, 2012). Hidalgo Park, con el nombre del prócer de la independencia de México, fue fundado en 1927, y ha sido un hito de referencia barrial (Trapaga, 2019). Otros aspectos de este proceso son los negocios que atienden principalmente a la población de origen mexicano y otros hispanohablantes, el uso extendido del español, la oferta y el consumo de los símbolos y servicios relacionados con las creencias populares de México, la presencia de los símbolos nacionales de México (Trapaga, 2019).

Este proceso de mexicanización del barrio se ha acentuado gracias a los flujos continuos de migrantes mexicanos desde el otro lado de la frontera a lo largo de las décadas del siglo pasado. Rodríguez *et al*. señalan que "el barrio se convirtió, tal como permanece actualmente, en una comunidad dual de mexicoamericanos y de inmigrantes mexicanos" (1994:

[5] Otras dos ciudades de alta concentración de la población de origen mexicano son San Antonio y el área metropolitana de Dallas-Fort Worth y Arlington.

85). Uno de los ejemplos de la conectividad que Houston tiene con el noreste mexicano es la existencia en Magnolia Park y otras zonas de la ciudad de las instalaciones de varias compañías de autobús que ofrecen viajes a distintas localidades de Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila, San Luis Potosí y Zacatecas. El uso de español es dominante en las instalaciones de varias compañías (véase foto 1), dado que la inmensa mayoría de los pasajeros son mexicanos que cruzan la frontera para viajar a su país o la cruzaron para llegar a Houston o ir a otras partes de la Unión Americana. Durante el viaje, el español es el principal idioma que se oye en las conversaciones de los pasajeros, las películas en las televisiones y la música que escucha el chofer. Houston está ubicado dentro de los circuitos de movilidad y circulación constante de personas entre México y Estados Unidos, gracias a estas compañías de autobuses que forman parte de la infraestructura de movilidad transfronteriza (Sandoval, 2012), la cual también posibilita la transportación de los sonidos que vinculan a los pasajeros con México.


Foto 1



Las imágenes, el sabor y el olor del terruño

Los restaurantes de comida mexicana son los negocios que abundan no sólo en Magnolia Park, sino también en distintas zonas de Houston. Por lo general esos locales son administrados por la población de origen mexicano, ofrecen platillos de comida mexicana de diferentes regiones de México y dan servicio en español para atender a la población mexicana. Además de la comida, su olor y su sabor, la música ranchera o norteña que se oye,[6] el español que se habla, el personal de origen mexicano y los clientes que también son de origen mexicano, así como los nombres de los restaurantes, son los signos y sonidos que evocan la conexión con México. "Taque-

[6] Para conocer un ejemplo del restaurante mexicano en Houston con fondo musical norteño, véase el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=ce-BpMFtOmI, consultado el 9 de junio de 2021.

ría Mi Tierra", "Mi Cocina Mexicana", "El Pueblo Michoacano", "Taquería Rancho El Jalisco", "Mi Rancho", "Los Charros" (Foto 2). Estos son los ejemplos de los nombres de los restaurantes de comida mexicana, algunos de los cuales hacen referencia a los estados emisores de migrantes y otros evocan las imágenes del terruño como espacio rural y el sentido de pertenencia.

Foto 2



Según Vázquez-Medina (2016), quien hizo trabajo de campo en los restaurantes mexicanos en California, Houston y Chicago para explorar las prácticas y discursos de los mexicanos que trabajan como cocineros en Estados Unidos, los restaurantes no sólo son los puntos de anclaje laboral en las redes migratorias familiares, sino que consisten en "una serie de redes complejas que vinculan a los sujetos migrantes con México" (Vázquez-Medina, 2016: 81) y son espacios donde se mercantiliza *lo mexicano*, se expresa el sentido de pertenencia a través de la representación de la identidad alimentaria, se marca la distinción entre *nosotros mexicanos* y *ellos estadounidenses*. Este autor propone la idea de *nostalgia culinaria* como una subjetividad que se observa entre los migrantes mexicanos en Estados Unidos, y argumenta que es una emoción que puede "asumirse como una categoría social que está articulada por elementos como la memoria sensorial, el parentesco, el paisanaje y las identidades colectivas asociadas con la alimentación en México" (Vázquez-Medina, 2016: 242).

Los supermercados son otros sitios concurridos cotidianamente por la población mexicana residente en Houston para satisfacer su nostalgia (Hirai, 2013). Fiesta Mart es una cadena de supermercados que frecuentan a diario numerosos consumidores de origen mexicano. Esta empresa fue fundada en 1972 por Donald Bonham y O.C. Mendenhall con base en la experiencia de Bonham de haber vivido y trabajado en el negocio de abarrotes en América Latina. Bonham "percibió la necesidad de supermercados en Estados Unidos que brindaran productos a la comunidad hispana para satisfacer la nostalgia de artículos que tenían en sus países de origen" (Sarnoff, 2015), y se asoció con Mendenhall y abrió la primera



tienda en Near Northside, Houston, donde la población mayoritaria era hispanoamericana. Paralelo al crecimiento de esa población en la región, el negocio creció y en los años noventa se abrieron sucursales en Austin y Dallas-Fort Worth. En 2015 la empresa tenía 34 tiendas en Houston, dos en Austin y 24 en Dallas-Fort Worth (Sarnoff, 2015).

La tienda de Fiesta Mart está decorada con los símbolos que evocan las memorias e imaginación del terruño, el deseo de la continuidad de la cultura culinaria del país de origen y la cercanía con México y otros países de América Latina. Ofrece una variedad alimentos frescos y procesados que se usan para la cocina mexicana, la salvadoreña y la guatemalteca y mate para la bebida típica de Sudamérica.

El símbolo emblemático que esta empresa emite a los consumidores es "la fiesta". "Nuestras tiendas tienen un auténtico ambiente de fiesta. ¡Visítanos y siente el entusiasmo!" Esto es uno de los eslóganes publicitarios que aparecen en la página de internet de los supermercados.[7] En los videos comerciales el supermercado se presenta como un espacio donde se pueden encontrar los sabores tradicionales de los platillos mexicanos, los lazos familiares y culturales con México[8] y "un cachito de lo nuestro".[9]

Tanto los restaurantes mexicanos como los supermercados son los espacios compuestos de los símbolos que estimulan diferentes sentidos: la vista (por los nombres de los restaurantes, por las imágenes de los platillos y por el personal de origen mexicano), el olfato y el gusto por la comida mexicana que se prepara y por el oído (por el español y la música). En estos sitios de consumo de símbolos del terruño, la nostalgia culinaria (Vázquez-Medina, 2016) se traspasa con la nostalgia basada en lo visual y otros sentidos, e incluso con la nostalgia sónica (Pistrick, 2016).

Los sonidos del terruño y de sus fiestas

Los *flea markets* (mercados de pulga) son los sitios a los que acuden los fines de semana numerosas familias de origen mexicano radicadas en Houston. Comprar artículos de uso cotidiano en los mercados en fin de semana, después de ir a la misa, es una costumbre que los mexicanos han man-

[7] https://www.fiestamart.com/?lang=es, consultado el 9 de junio de 2021.

[8] https://www.youtube.com/watch?v=PdzQ1FkkWEs, consultado el 9 de junio de 2021.

[9] https://www.youtube.com/watch?v=bMWWgIT9JvU, consultado el 9 de junio de 2021.



tenido a pesar de estar lejos de sus terruños. Los mercados de pulga que frecuentan los mexicanos consisten en puestos que ofrecen una gran variedad de productos: ropa, sombreros, botas, artículos de segunda mano, joyas, electrodomésticos, accesorios de celular, imágenes religiosas, juguetes, frutas, diversos platillos de la comida mexicana. El español que hablan los vendedores y los visitantes y la música popular de México en los pasillos son los principales sonidos en los mercados.[10] También existe un puesto de discos y DVDs en uno de los mercados y ahí se vendían DVDs de jaripeos filmados en México, e incluso discos de música interpretada por grupos de Oaxaca y de Guerrero.

La música de México no sólo se vende en los mercados de pulga para ser llevada a casa, sino para ser escuchada en vivo. En los mercados hay salones de baile que los fines de semana organizan las presentaciones de diferentes géneros musicales como música norteña, salsa y cumbia. Aunque hay varios productos de consumo cotidiano más costosos que en los supermercados, los mercados de pulga pretenden ofrecer un ambiente similar al de los fines de semana de la provincia y distintas zonas urbanas de México. Ir a la cantina y discotecas e ir al tianguis y al mercado los fines de semana es una costumbre de las regiones rurales de México. Estas prácticas socioculturales se pueden repetir de cierto modo en los mercados de pulga, por lo cual estos sitios son valorados por la población de origen mexicano. La música popular de México tiene un peso importante en los mercados, dado que los salones de baile ocupan un área considerablemente grande dentro de las instalaciones de los mercados y además convocan a gran número de hombres y mujeres de todas las edades.[11]

Las festividades cívicas y religiosas que se celebran en diferentes fechas del año son otros escenarios donde se copian las prácticas culturales de México y la música es un componente importante de las actividades colectivas que crean el ambiente. En otras palabras, la música atraviesa los diversos rituales que la población mexicana celebra para recuperar la cultura local del terruño o nacional en su lugar de destino. Por ejemplo,

[10] Véase el siguiente ejemplo del mercado Tío Pancho en Houston: https://www.youtube.com/watch?v=QvAcZX9fsQY, consultado el 9 de junio de 2021.

[11] Para conocer el ambiente del salón de baile en los mercados de pulga en Houston, véanse los siguientes videos: https://www.youtube.com/watch?v=bVCoaZJd_U8 y https://www.youtube.com/watch?v=0D__8zsO5J0, consultados el 9 de junio de 2021.

la celebración del 5 de mayo es la fiesta mexicana más grande que se organiza en la ciudad, con la participación de diversos grupos musicales, medios de comunicación, agrupaciones cívicas locales y distintas empresas, una de las cuales es Fiesta Market (Foto 3).

Foto 3



Otro ejemplo del nexo entre los sonidos del terruño y el ritual es la celebración del día 12 de diciembre, fiesta de la Virgen de Guadalupe, uno de los acontecimientos religiosos importantes para muchas familias de origen mexicano que radican en Houston. Hace varios años, en una colonia ubicada en el sur de la ciudad, se formó la Danza San Martín Caballero, un grupo de danzantes *matachines* de niños, jóvenes y adultos de origen mexicano. Este grupo ha acompañado la celebración del día de la Virgen de Guadalupe organizada por los vecinos de la colonia. Uno de los motivos de la celebración de esta fiesta religiosa y la conformación del grupo de danza es transmitir las tradiciones de México a las nuevas generaciones. Los sonidos de tambores y los sonidos que generan los danzantes matachines en sus pasos y a través de los accesorios que usan son los símbolos del terruño que se insertan en las calles de la colonia durante la festividad y a través de los cuales tanto los danzantes como los espectadores logran la apropiación de espacios públicos como su territorio. Aunque sea de menor escala que la celebración del 5 de mayo, este tipo de organización cívica y religiosa demuestra la réplica de una práctica cultural del país de origen a través de la iniciativa de los migrantes mexicanos y sus familias, quienes también son generadores de los símbolos y sonidos del terruño en la sociedad receptora.

Música de fondo de la reterritorialización

Appadurai (1991) propuso la idea de "paisaje étnico" como una de las dimensiones de los flujos culturales globales. El paisaje étnico es un escenario compuesto de personas móviles y sus identidades sociales. En las páginas anteriores de este apartado hemos presentado las descripciones etnográficas de varios escenarios del paisaje étnico de la población mexicana en



Houston, en el cual están incrustados los símbolos del terruño de los migrantes mexicanos a través de las prácticas sociales, económicas y culturales en su vida cotidiana y en momentos extraordinarios como las festividades. La inserción de las imágenes del terruño y la reproducción cultural de los migrantes están sustentadas y motivadas por el deseo de estar en el terruño y de estar conectados con ese lugar. En este sentido, el paisaje étnico mexicano es un paisaje de nostalgia (Hirai, 2009), es decir, un espacio de expresión del deseo de volver al terruño y estar conectados con él.

La nostalgia es la emoción que se expresa a través de las prácticas individuales y las colectivas que *reterritorializan* (Gupta y Ferguson, 1997) la cultura mexicana, y a la vez, funciona como una "fuerza cultural" (Rosaldo, 1989) que orienta a los migrantes hacia un proceso llamado "incorporación simultánea" (Levitt y Glick-Schiller, 2004), es decir, mantener los lazos sociales y culturales con el país de origen, al mismo tiempo, incorporarse a la sociedad de destino.

En estos procesos, la música popular y otros sonidos como el español que se habla y los sonidos que se generan en el baile, han estado, junto con las imágenes del terruño, detrás de las diversas prácticas de los migrantes para crear el ambiente similar al de sus terruños. La música popular y los sonidos de México están presentes en la vida cotidiana de la población de origen mexicano en Houston como si fuera música de fondo. Son utilizados por los distintos actores e instituciones para marcar espacios de pertenencia e identificación y amenizar el ambiente de varios sitios, tales como estaciones de autobús, restaurantes de comida mexicana, supermercados, mercados de pulga, calles de la ciudad, etc. Se reproduce en varias actividades de la vida cotidiana a través del uso de los discos, DVD, las memorias USB y diferentes medios de comunicación (radio, televisión en español e internet) y en las festividades a través de las presentaciones en vivo. Ahí es donde el paisaje de étnico se traspasa con el paisaje sonoro (Schafer, 1977), cuya construcción tiene mucho que ver con la mercantilización de lo mexicano y con el uso de diversos símbolos como parte de los servicios o productos que se ofrecen a la población de origen mexicano.

Los sonidos y silencios de la migración en Los Ramones, Nuevo León

Los Ramones es un municipio rural ubicado en el centro-oriente del estado de Nuevo León. Es conocido en la región por dos aspectos. Por un lado,

es un municipio que tiene un alto índice de migración internacional desde los inicios del siglo pasado. En la actualidad, hay muchas familias que migran por completo al país vecino y mantienen lazos significativos con sus lugares de origen por medio de diferentes actividades. Por otro lado, Los Ramones también es conocido por sus festividades, sobre todo se identifica por su musicalidad, en específico por la música norteña. Es en este municipio donde han surgido algunos de los principales exponentes de este género, por lo que se le conoce como la “cuna de grandes músicos”.[12]

Desde la década de los años cincuenta del siglo pasado la migración hacia Estados Unidos se convirtió en un fenómeno masivo en Los Ramones y los ramonenses se han dirigido a diferentes partes de la Unión Americana, tales como Texas, Washington, California, Carolina del Norte y Carolina del Sur. Houston es uno de los lugares de destino donde se han establecido muchas familias originarias de Los Ramones y con los cuales se han consolidado los circuitos migratorios transnacionales (Rouse, 1991).

Los migrantes han mantenido los lazos entre ellos en los lugares de destino en Estados Unidos y también están en constante comunicación con sus lugares de origen, no sólo a través de los lazos familiares, sino también mediante las actividades colectivas. Por ejemplo, quienes radican en Houston formaron una agrupación de migrantes llamada “Ramonenses de Houston” y han utilizado el Programa 3x1[13] para contribuir al desarrollo de sus comunidades de origen. Esta agrupación organiza eventualmente actividades para recaudar fondos de apoyo a las comunidades que presenten más rezago social dentro del municipio; también se organizan carreras de atletismo y conciertos de música o bailes.

Para los migrantes que radican en Estados Unidos, las localidades de origen ocupan un lugar especial. Es en el lugar de origen donde ellos realizan diversas actividades, tales como la vista a la familia o amigos, la celebración de las festividades familiares y comunitarias, trámites burocráticos relacionados con la vida escolar o con la vivienda, la construcción, remodelación o mantenimiento de las mismas y el descanso. Esta última actividad

[12] Ejemplos de estos músicos son: Rafael Silva, el Rey de la Polka; Lalo Mora; Carlos y José; Lupe Tijerina de Los Cadetes de Linares; Los Invasores de Nuevo León; Luis y Julián; Santos Rodríguez; Julián Garza; Lalo García; el Grupo Tayer; Feddy Fender; Los hermanos Gómez y Beto Rodríguez.

[13] Un programa del gobierno de México para fondo de inversión en el desarrollo local.



es sumamente relevante tanto para los migrantes que decidieron el retorno definitivo después de la jubilación, como para los que visitan de manera temporal, después de la larga jornada laboral del año en Estados Unidos.

Las visitas de regreso se realizan año con año, desde octubre hasta diciembre, cuando los migrantes que trabajan en los campos agrícolas se liberan de sus actividades laborales después de la cosecha y otros migrantes que trabajan en otros sectores laborales toman vacaciones de invierno. Esta afluencia de personas provenientes de Estados Unidos es un fenómeno de movilidad de carácter masivo, intergeneracional y multinacional, dado que además de los migrantes mexicanos, también vienen los migrantes naturalizados como estadounidenses y sus hijos nacidos y/o crecidos en Estados Unidos.

Foto 4



En esta temporada de la visita de regreso, las comunidades de origen comienzan a tener otro paisaje, físico y sonoro, distinto al resto del año. Los meses restantes, cuando los migrantes se encuentran en Estados Unidos, en las localidades de origen se encuentra poca gente que vive de forma permanente, por lo que el silencio representa un elemento muy importante y valorado por los habitantes que se quedan. Se percibe poco movimiento de automóviles, tránsito de personas por las calles, poco alumnado en las escuelas, restaurantes y tiendas de abarrotes cerradas, fines de semana silenciosos sin festividades que apreciar. Por ejemplo, en Repueblo de Oriente (Foto 4), comunidad anfitriona de la fiesta del 26 de diciembre,[14] el silencio prevalece en la mayor parte del día, y es gracias a la ausencia de ruido y de bullicio que se pueden apreciar los sonidos de la de la naturaleza y el campo, así como la melodía de piano que emite el reloj de la iglesia católica cada ciertas horas (Audio 1), estos son los principales elementos del paisaje sonoro del pueblo.

[14] Uno de los organizadores de esta fiesta creó el siguiente blog a través del cual promueve la fiesta y la visita de regreso: http://repueblodeoriente.blogspot.com/, consultado el 9 de junio de 2021.

Sin embargo, cuando los migrantes visitan con sus familias para pasar sus vacaciones desde otoño, todo este paisaje sonoro cambia, transitando del silencio a diversos sonidos que se generan, conforme aumenta tanto el número de personas como el número de automóviles y cuatrimotos. La transformación de la escucha comienza en la plaza y las casas, las cuales se llenan de algarabía de los familiares y amigos que se reúnen. En las calles se escuchan los ruidos de vehículos y de trabajos de albañilería. Por supuesto, la música en vivo o grabada como ambientadora de varias actividades sociales que se reactivan en las comunidades de origen. Por ejemplo, la plaza de Repueblo de Oriente, que había estado vacía durante meses hasta la llegada de los migrantes, se convierte en la escena principal del baile y otras actividades (Video 1).

Además de las múltiples actividades que realizan los migrantes durante su estancia, sus lugares de origen ocupan un papel importante en el reforzamiento de los lazos afectivos. Sus terruños son los espacios donde ellos reencuentran a otros miembros de sus familias extensas que durante el resto del año viven de manera dispersa en México y Estados Unidos, por lo cual la visita de regreso es una práctica espacial sumamente importante para reforzar los lazos afectivos con sus familias. Noviembre y diciembre son los meses en que, según su "calendario emocional" (Hirai, 2009: 125-131), se esperan expresar y reafirmar los afectos a través de las reuniones familiares.

Los lugares de origen también son espacios cuyo paisaje detona los recuerdos de su infancia y juventud, las memorias de sus seres queridos ya ausentes y la añoranza por el estilo de vida que existía antes.[15] La nostalgia que surge en los migrantes es el resultado de la evaluación o interpretación del contraste entre su presente vida en Estados Unidos y su pasado en México y una resignificación e idealización de lo que habían dejado atrás por la migración (Hirai, 2009: 164), como son el paisaje geográfico (los caminos de tierra, los montes, el rancho, la naturaleza), la comida, la libertad de hacer diversas actividades como las fiestas a altas horas de la noche y tomar bebidas alcohólicas sin restricciones. Esta reelaboración

[15] En los tres videos subidos el 16 de abril de 2019 al blog dedicado a Repueblo de Oriente, el creador de la página narra los recuerdos de un arroyo del pueblo: http://repueblodeoriente.blogspot.com/, consultado el 9 de junio de 2021.





simbólica de la experiencia cultural en su terruño orienta a los migrantes a buscar un paisaje sonoro, idealizado desde el contexto de las sociedades de destino en Estados Unidos, compuesto de los sonidos, las melodías y letras que evocan la nostalgia en sus lugares de origen. Es en este escenario –el lugar de origen– donde el migrante vive la nostalgia sónica (Pistrick, 2016) y trae consigo el deseo de revivir, a través de las canciones de la migración (Pistrick, 2016), las memorias del pasado y las emociones (Jäncke, 2008), como los afectos de los seres queridos, la alegría del reencuentro y la sensación de libertad en los espacios rurales.

Música, músico y nostalgia

> …qué bonito es llegar a mi pueblito,
> …caminar por sus calles y su gente,
> …así siente que vuelve a su terruño,
> …quien se queda lo consuela la esperanza
> a pesar de la distancia, Dios nos volverá a reunir.

Es un fragmento de la canción titulada "A mi pueblito", que interpretó Benito Garza, un músico migrante, en la fiesta del 26 de diciembre de 2015 en Repueblo de Oriente (Audio 2), en la zona norte del municipio de Los Ramones. Es una canción que expresa la alegría que un migrante vive al volver a su terruño. Él es un músico considerado como vocero de la nostalgia que en la mayoría de los migrantes está presente. Según Valenzuela (2006), la migración es un tema recurrente en la música norteña, cuyas tramas se encuentran enfocadas en la nostalgia de la familia, las parejas, los amigos, el pueblo, la patria y el terruño. En el caso del migrante ramonense, la identificación sería en la cuestión emocional, en particular la añoranza y tristeza que siente al dejar su terruño y su "libertad" que solo le otorga el lugar de origen.

> Cuatro milpas tan solo han quedado
> de aquel rancho que era mío
> aquella casita, tan blanca y bonita
> lo triste que está

Esto es un fragmento de la canción titulada "Cuatro milpas" del compositor neoleonés Jesús García de la Garza.[16] Según Eugenio, un músico de Los Ramones, ésta es una de las canciones que los músicos locales ejecutan cuando la mayoría de su público son migrantes. Como puede observarse en la temática de esta canción, la letra refiere a la nostalgia del terruño. El imaginario del campo y lo que él implicó es una representación de la vida del lugar de origen que remite al migrante a su experiencia de dejar su pueblo, el trabajo y la añoranza de dejarlo por migrar.

Hirai señala que la nostalgia es una emoción que consiste en dos aspectos:

> por un lado, existen insatisfacción, disgusto, descontento, decepción por la condición de su vida actual en el destino del desplazamiento; por el otro, preferencia, apego y anhelo por el pasado y por el estilo de vida, el paisaje y las personas que están ausentes en la vida presente en el extranjero, pero que hay, había o podría haber en la tierra natal (Hirai, 2009 :124).

La nostalgia es una emoción vivida por los migrantes que han experimentado este tipo de malestar y el anhelo. La música se selecciona y se escucha en el contexto de la visita de regreso como "instrumento emocional" (Frith, 2003), que tiene la función de evocar ciertas memorias y emociones (Jäncke, 2008) e "inducir actitudes", una de las cuales en este caso es la nostálgica (McAllester, 1960: 469, citado en Merriam, 2001).

Si la música tiene esta función, el músico es quien tiene el papel de seleccionar qué canción interpreta y qué emoción y actitud inducir. La empatía y la sensibilidad que tienen los músicos con su audiencia son importantes para jugar ese papel. Los músicos ramonenses, en su mayoría, han ejercido su carrera en el municipio, pero también en otros estados de la Republica, e incluso en Estados Unidos. La mayoría de ellos opta por trasladarse a la ciudad de Monterrey para realizar giras y grabaciones y algunos otros, residen en el Valle de Texas. Ejemplo de ello es el músico de género norteño, Noe Marichalar, quien regresa a su terruño en Los Ramones por temporadas o a hacer grabaciones de video para sus canciones. Noé hace composiciones acerca de su terruño, su amor por el campo y por



[16] En cuanto a la historia de esta canción, véase El Informador (2009).



la comunidad de la que ha sido parte. Sin embargo, gran parte de su vida radica en Texas con su familia. Noé menciona que sus giras musicales las realiza, sobre todo, en Estados Unidos, pero siguiendo la ruta de los migrantes. Va a los principales destinos de los migrantes ramonenses, como Washington, North Dakota, Texas, Carolina de Norte, Carolina de Sur, etc. Igual que Noé, los grupos musicales originarios de Los Ramones también realizan giras entre los lugares donde se encuentran las comunidades migrantes en Estados Unidos (Ramos, 2016).

Al seguir a los migrantes, los músicos ramonenses han formado una sensibilidad al gusto de su audiencia migrante, como Noé lo explica sobre las temáticas preferidas de su audiencia del siguiente modo:

> Yo le canto mucho al pueblo, …de repente tengo temas de la gente que se va, de la gente que migra, los sufrimientos que pasan cuando dejan familias, ese es el tema que le gusta a la gente que está allá… no todo lo que funciona allá funciona aquí, a no ser que sea un tema de desamor, que es neutral para todos, que a cualquiera le gusta, un tema romántico, el amor es el amor. Es universal. Entonces es cuestión de ver tus zonas de trabajo y qué es lo que quieres hacer.[17]

Con base en su conocimiento del contexto migratorio que vive su audiencia, este músico señala la importancia de materializar la emoción en su interpretación e inducirla en su audiencia.

Consumo de la música y viaje de la música

El concierto en el lugar de origen (Video 2) es una ocasión musical poderosa y emblemática donde la música es portadora de todos los símbolos de ser migrante de Los Ramones: el campo o el rancho, la comida tradicional, el beber alcohol libremente, todo esto acompañado de las canciones que identifican al pueblo y al migrante. La construcción y reafirmación de los lazos afectivos es una de las expectativas de los migrantes sobre la visita de regreso a sus terruños y sobre la celebración de las fiestas familiares y las festividades comunitarias durante su estancia en México. La música en vivo se contrata para expresar y transmitir los afectos hacia sus seres queridos y hacia sus terruños. La relevancia del consumo de la música en

[17] Entrevista con Noé Marichalar realizada por Ramos en 2015 en Los Ramones.

vivo es que las emociones no sólo se evocan, se sienten y se expresan por lo sonoro, sino también a través de otros sentidos. La gente baila mirando y abrazando a su ser querido y pisando el suelo de su pueblo natal que tanto añoraba. Es ahí donde la nostalgia sónica se traspasa con la nostalgia espacial, la temporal y la del contraste basadas en otros sentidos, por lo cual escuchar canciones de la migración en el terruño no es una simple experiencia sónica, sino una experiencia total (Pistrick, 2016).

Sin embargo, expresar los afectos y materializar la nostalgia en el terruño a través de la música norteña o ranchera en vivo implica una mayor inversión monetaria en los grupos musicales y el ballet folclórico, así como una mayor participación de los migrantes. En este sentido, la música en vivo no es un instrumento emocional económico. Aquí la nostalgia aparece como demanda de servicio del uso de este "instrumento" y es la base del deseo adquisitivo.

Por su parte, durante la estancia en su tierra natal, la música también se consume por los migrantes para ser llevada a Estados Unidos. El migrante opta por llevar su propia música o, la música de su agrado por medio de discos o en otros aparatos tecnológicos: "uno tiene sus propios CDs de aquí, o lo que sea. Sí, ...lleno la USB ; ahí grabo todo en la USB... el estéreo... la USB. Y allá nomás metes la USB y, pues, escuchas...".[18] Esta práctica permite "migrar" la música del terruño y será utilizada como un instrumento u objeto cultural (Boruchoff, 1999) para recordar a sus seres queridos que estarán ausentes, sentir cerca su tierra natal y revivir los afectos y las sensaciones vividas durante la visita (Jäncke, 2008). Esta "migración de la música del terruño" que sucede cuando termina la visita de regreso en el período vacacional, es una de las prácticas de los migrantes que incrustan los símbolos del terruño en su vida cotidiana en Estados Unidos y contribuyen a un paisaje sonoro que orienta a los migrantes a mantener una actitud nostálgica.

Reflexiones finales

La primera reflexión que nos surge a partir del análisis de dos viñetas etnográficas que presentan el nexo entre música, emociones y prácticas de los migrantes, es que se observa la doble naturaleza de los paisajes sonoros

[18] Entrevista con un migrante proveniente de Estados Unidos, realizada por Ramos en 2015 en Los Ramones.





en los circuitos migratorios que se extienden entre Houston y Los Ramones. Por un lado, los paisajes sonoros están compuestos de los sonidos que en un primer plano están asentados o afincados en las rutinas cotidianas y ciclos de vida de la población migrante (Rocha, 2010). Este aspecto "natural" del paisaje sonoro se observa en el uso del español, los sonidos generados en las festividades y la música que acompañan a los migrantes en diversas actividades individuales y colectivas. Por su parte, tanto en el lugar de destino como en el lugar de origen se observa otro aspecto que podríamos decir "artificial", en el sentido de que hay componentes del paisaje sonoro, como las "canciones de la migración" (Pistrick, 2016) que fueron producidas y seleccionadas intencionalmente para generar, recuperar y comercializar el anhelo y la nostalgia. Pero a pesar de que haya intencionalidad del uso de la música como un "instrumento emocional" (Frith, 2003) por parte de los distintos actores que conocen los efectos de la nostalgia en acciones, este aspecto artificial del paisaje sonoro no es menos real ni relevante, dado que el género musical, los temas de las canciones seleccionados y los lugares y momentos del consumo de la música son valorados por los migrantes y tienen rasgos significativos y resultan importantes para ellos (Schafer, 1977).

La segunda reflexión que queremos extraer de ambas viñetas etnográficas tiene que ver, precisamente, con esta relevancia de los componentes de los paisajes sonoros para los migrantes. Tanto en el mercado de la nostalgia en el lugar de destino como en el mercado de paisanos en el lugar de origen, la nostalgia no es un simple estado de ánimo, sino un estado emocional persistente y dominante, inducido constantemente por los símbolos que evocan las memorias asociadas con sus terruños. Ambos mercados forman una "economía de signos" (Lash y Urry, 1998), signos diversos que estimulan a los sentidos del migrante y le inducen impulsos y actitudes para estar conectado con su terruño.

La relevancia de la música popular que se consume tanto en el lugar de destino como en el lugar de origen es su capacidad de permear en diferentes ámbitos de la vida cotidiana, en tiempos extraordinarios y en diversas actividades sociales, culturales y económicas de los migrantes, estableciendo conexiones entre los sentidos. En algunos sitios donde se observa un proceso de mercantilización del anhelo y la nostalgia, tales como, restaurantes de comida mexicana, supermercados étnicos, mercados de pulga en el lugar de destino, las fiestas celebradas tanto en la sociedad

receptora como en los lugares de origen, la nostalgia sónica se traspasa con otras nostalgias (Pistrick, 2016) basadas en otros sentidos. Estos sitios son *espacios afectivos multi-sensoriales*, donde los lazos transnacionales no sólo se imaginan, sino que también se sienten a través de la vista, el tacto, el olfato, el gusto y el oído. Lo que el análisis de este caso del consumo de la música popular nos permite entender, es que en ambos lados de la frontera México-Estados Unidos existen una economía basada en signos, emociones y sentidos y una cultura regional transfronteriza de la población mexicana que nunca renuncia a su gusto musical y su actitud nostálgica.

Bibliografía

Appadurai, Arjun (1991). "Global Ethnoscapes: Notes and Queries for a Transnational Anthropology", en Richard G. Fox (ed.), *Recapturing Anthropology: Working in the Present*. Santa Fe: School of American Research Press, pp. 191-210.

BBC (2019, 29 de enero). "Latinos en Estados Unidos: las 10 ciudades en las que viven más hispanos". BBC News Mundo. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-47036609, consultado el 25 de mayo de 2020.

Boruchoff, Judith (1999). "Equipaje cultural: objetos, identidad y transnacionalismo en Guerrero y Chicago", en Gail Mummert (ed.), *Fronteras fragmentadas*. Zamora: COLMICH, pp. 499-518.

Corrigal, Kathleen A. y E. Glenn Schellenberg (2013). "Music: The Language of Emotion", en Changiz Mohiyeddini, Michael Eysenck y Stephanie Bauer (eds.), *Handbook of Psychology of Emotions. Recent Theoretical Perspectives and Novel Empirical Findings, Vol. 2*. Nueva York: Nova Science Publishers, pp. 299-325.

Díaz Santana Garza, Luis (2015). *Historia de la música norteña mexicana: Desde los grupos precursores al auge del narcocorrido*. Ciudad de México: Plaza y Valdés.

Esparza, Jesus Jesse (2012). "La Colonia Mexicana: A History of Mexican Americans in Houston". *Houston History*, vol. 9, núm. 1, pp. 2-8. Recuperado de https://houstonhistorymagazine.org/wp-content/uploads/2012/03/Esparza-La-Colonia-Mexicana.pdf, consultado el 25 de mayo de 2021.



Frith, Simon (2003). "Music and everyday life", en Martin Clayton, Trevor Herbert y Richard Middleton (eds.), *The Cultural Study of Music. A Critical Introduction*. Nueva York: Roudledge, pp. 92-101.

Glick-Schiller, Nina, Linda Basch y Cristina Blanc-Szanton (1992). "Transnationalism: A New Analytic Framework for Understanding Migration". *Annals of the New York Academy of Sciences*, vol. 645, núm. 1, pp. 1-24. https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1992.tb33484.x

Gupta, Akhil y James Ferguson (1997). "'Beyond 'Culture': Space, Identity, and the Politics of Difference", en Akhil Gupta y James Ferguson (eds.), *Culture, Power, Place: Explorations in Cultural Anthropology*. Durham: Duke University Press, pp. 33-51. https://doi.org/10.2307/j.ctv11vc7nf.5

Hernández-León, Rubén (1999). "¡A la aventura! Jóvenes, pandillas y migración en la conexión Monterrey-Houston", en Gail Mummert (ed.), *Fronteras fragmentadas*. Zamora: COLMICH, pp. 115-143.

Hirai, Shinji (2009). *Economía política de la nostalgia: un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos*. Ciudad de México: UAM y Casa Juan Pablos.

Hirai, Shinji, (2013). "Supermercado de la nostalgia: la migración mexicana a Estados Unidos y la construcción de suburbios étnicos en el sur de California", en Magdalena Barros Nock y Hugo Valenzuela García (eds.), *Retos y estrategias del empresario étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España.* Ciudad de México: CIESAS, pp. 133-151.

Hirai, Shinji (2014). "La nostalgia: Emociones y significados en la migración trasnacional". *Nueva Antropología*, vol. 27, núm. 81, pp. 77-94.

El Informador (2009, 20 de febrero). "Pirita y Jade Cuatromilpas. Historia de la canción 'Las cuatro milpas' de Raúl Martínez". *El Informador*. Recuperado de https://www.informador.mx/Suplementos/Pirita-y-Jade-Cuatromilpas-20090220-0003.html, consultado el 25 de mayo de 2020

Jäncke, Lutz. (2008). "Music, memory and emotion". *Journal of Biology,* vol. 7. https://doi.org/10.1186/jbiol82

Lash, Scott y John Urry (eds.) (1998). *Economía de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu.

Levitt, Peggy y Nina Glick-Schiller (2004). "Perspectivas internacionales sobre migración: conceptualizar la simultaneidad". *Migración y De-*

sarrollo, núm. 3, pp. 60-91. https://doi.org/10.35533/myd.0203.pl.ngs

Lutz, Catherine y Geoffrey M. White (1986). "The Anthropology of Emotions". *Annual Review of Anthropology*, vol. 15, pp. 405-436. https://doi.org/10.1146/annurev.an.15.100186.002201

Lutz, Catherine y Lila Abu-Lughod (eds.) (1990). *Language and the Politics of Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press.

Madrid, Alejandro L. (2011). "Transnational Musical Encounters at the U.S.-Mexico Border: An Introduction", en Alejandro L. Madrid (ed.), *Transnational Encounters. Music and Performance at the U.S.-Mexico Border*. Nueva York: Oxford University Press, pp.1-16. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199735921.003.0001

Mendoza Guerrero, Juan Manuel y Arturo Santamaría Gómez (2008). *El consumo de la nostalgia: los inmigrantes latinoamericanos y la creación del mercado hispano en los Estados Unidos*. Culiacán: UAS.

Merriam, Alan P. (2001). "Uso y funciones, en las culturas musicales", en Francisco Cruces Villalobos (coord.), *Las culturas musicales: lecturas de etnomusicología*. Madrid: Trotta, pp. 275-296.

Mines, Richard y Sandra Nichols (2005). *The Mexican Mercado Paisano: A Framework to Study its Development Potential in Migrant-Dependent Communities* Recuperado de https://23818eab-a-62cb3a1a-s-sites.googlegroups.com/site/geocommunities/Merc-Paisano-Paper-12-05.pdf, consultado el 15 de mayo de 2021.

Montoya Arias, Luis Omar (coord.) (2013). ¡Arriba el Norte...! Música de acordeón y bajo sexto, Tomo I y Tomo II. México: INAH/CONACULTA.

Montoya Arias, Luis Omar (2014a). *El síndrome de la nostalgia.* Guanajuato: Universidad de Guanajuato/FONCA/CONACULTA/INAH.

Montoya Arias, Luis Omar (2014b). *La norteña en Latinoamérica o El transnacionalismo musical cosmopolita en las periferias* (tesis doctoral). Mérida: CIESAS.

Olvera, José Juan (2014). *Música norteña, radio y migración*. Recuperado de https://www.academia.edu/7344010/M%C3%BAsica_norte%C3%B1a_radio_y_migraci%C3%B3n_2014_, consultado el 25 de mayo de 2021.

Pistrick, Eckehard. (2016). *Performing Nostalgia: Migration culture and Creativity in South Albania*. Nueva York: Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315089935





Ragland, Cathy (2009). *Música Norteña. Mexican migrants creating a nation between nations*. Filadelfia: Temple University Press. https://doi.org/10.2307/j.ctt14btdjr

Ramos Rangel, Raquel (2016). *Entre músicas y silencios. La cohesión y construcción social de un pueblo en las fiestas de los Ramones, Nuevo León, México* (tesis de maestría). Monterrey: CIESAS.

Rocha, Manuel (2010). "Estructura y percepción psicoacústica del paisaje sonoro electroacústico". *Revista Perspectiva Interdisciplinaria de Música*, núm. 03-04. pp. 78-89.

Rodríguez, Néstor P., Noelia Elizondo, David Mena, Ricardo Rojas, Aldofo Vázquez y Frank Yeverino (1994). "Political Mobilization in Houston's Magnolia", en Rodolfo de la Garza, Martha Menchaca y Louis de Sipio (eds.), *Barrio Ballots: Latino Politics in the 1990 Elections*. Boulder: Westview, pp. 83-114. https://doi.org/10.4324/9780429037603-4

Rosaldo, Renato (1989). *Culture and Truth: The Remaking of Social Analysis*. Boston: Beacon Press.

Rouse, Roger (1991). "Mexican Migration and the Social Space of Postmodernism". *Diaspora*, vol. 1 núm. 1, pp. 8-23. https://doi.org/10.1353/dsp.1991.0011

Sandoval, Efrén (2012). *Infraestructuras transfronterizas: etnografía de itinerarios en el espacio social Monterrey-San Antonio.* Ciudad de México y Tijuana: CIESAS/El COLEF.

Sarnoff, Nancy (2015, 29 de abril). "Grocery icon Fiesta has new owners". *Houston Chronicle.* Recuperado de https://www.houstonchronicle.com/business/retail/amp/Grocery-icon-Fiesta-has-new-owners-6232127.php, consultado el 25 de mayo de 2021.

Schafer, Raymond Murray (1977). *The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World.* Vermont: Destiny Books.

Trapaga, Iban. (2019). "La ciudad latina trasterrada. El caso de Magnolia Park en Houston, Texas". *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales,* vol. 9, núm. 2, pp. 25-37. Recuperado de http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/trapaga, consultado el 25 de mayo de 2021.

Valenzuela, José Manuel (2006). *Adiós paisanos queridos. La migración se cuenta cantando. Música sin fronteras. Ensayo sobre migración, música e identidad*. Ciudad de México: CONACULTA.



Vázquez-Medina, José Antonio (2016). *Cocina, nostalgia y etnicidad en restaurantes mexicanos de Estados Unidos*. Barcelona: Editorial UOC.

Shinji Hirai es antropólogo japonés que radica en México. Es doctor en Ciencias Antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, y pertenece al Sistema Nacional de Investigadores nivel 1. Sus áreas de investigación son transnacionalismo, antropología de las emociones y migración internacional. Es autor del libro *Economía política de la nostalgia. Un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos* (UAM/Juan Pablos Editor, 2009). Además, ha publicado los siguientes trabajos: un artículo titulado "La nostalgia. Emociones y significados en la migración trasnacional", Nueva Antropología 81 (2014).

Raquel Ramos Rangel es socióloga y antropóloga social. Es licenciada en Sociología por parte de la Universidad Autónoma de Nuevo León y maestra en Antropología Social por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, unidad Noreste. Actualmente es docente e investigadora en la Universidad Pedagógica Nacional y asistente de investigación en el Proyecto CONACYT: "Infancias amputadas, adolescencias en riesgo. Niñez y violencia crónica en el noreste de México". Ha colaborado en diversas investigaciones y diagnósticos para CONEVAL, FORCAN, IFT y estudios de mercado y consumo. Sus áreas de investigación son transnacionalismo, música y emociones; paisajes sonoros de la migración; infancia, y violencia; y precariedad y educación.



CONTENIDO

Vol. 4, núm. 8, septiembre 2021-febrero 2022
https://encartes.mx

ISSN: 2594-2999


ENCARTES
revista digital multimedia



RESEÑAS CRÍTICAS



DIRECTORIO







Encartes, año 4, núm 8, septiembre 2021-febrero 2022, es una revista académica digital de acceso libre y publicación semestral editada por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, calle Juárez, núm. 87, Col. Tlalpan, C. P. 14000, México, D. F., Apdo. Postal 22-048, Tel. 54 87 35 70, Fax 56 55 55 76, encartesantropologicos@ciesas.edu.mx. El Colegio de la Frontera Norte Norte, A. C., Carretera Escénica Tijuana-Ensenada km 18.5, San Antonio del Mar, núm. 22560, Tijuana, Baja California, México, Tel. +52 (664) 631 6344, e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, A. C., Periférico Sur Manuel Gómez Morin, núm. 8585, Tlaquepaque, Jalisco, Tel. (33) 3669 3434. Directora de la revista: Ángela Renée de la Torre Castellanos. Alojada en la dirección electrónica https://encartes.mx. ISSN: 2594-2999.